

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Anggraeni dan Djakman (2017) meneliti tentang *Slack Resources*, Feminisme Dewan, dan Kualitas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2012-2014. Sampel diambil dengan menggunakan metode analisis regresi moderasi dengan *unbalanced panel data* pada 114 perusahaan. Berdasarkan uji t dalam model 1, variabel SLACK terbukti berpengaruh positif terhadap QCSR dengan tingkat signifikansi sebesar 10% ($0,062 < 10\%$), artinya kenaikan 1% slack resources atau nilai kas dan setara kas perusahaan akan meningkatkan kualitas pengungkapan CSR sebesar 0,007.

Yusuf *et al.* (2017) meneliti tentang Determinan Pengungkapan CSR dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sector industry barang konsumsi tahun 2013 dan 2014. Penelitian tersebut terdapat analisis pengaruh *slack resources* terhadap pengungkapan CSR. Sampel diambil dengan metode pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap 29 perusahaan di tahun 2013 dan 2014. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *slack resources* berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dengan koefisien *direct effect* sebesar 0,434.

Sha (2014) meneliti tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2009-2011. Alat

analisis yang digunakan untuk menguji pengaruh antar variabel dalam penelitian ini adalah uji F (anova) untuk uji simultan dari persamaan regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat keyakinan 95%.

Nur dan Priantinah (2012) meneliti tentang Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR di Indonesia pada perusahaan berkategori *high profile* yang terdaftar di BEI periode 2008-2010 dengan 177 perusahaan. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dewan komisaris berpengaruh signifikan dan negatif terhadap pengungkapan CSR dengan t hitung sebesar -3,057 pada tingkat signifikansi 0,003 atau di bawah $\alpha = 5\%$.

Aziz (2014) meneliti tentang Analisis Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Kualitas Pengungkapan *Sustainability Report* pada perusahaan di Indonesia periode 2011-2012. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memiliki nilai hitung sebesar 0,015 dan nilai sig sebesar 0,988. Nilai sig 0,988 > α (0,05), hal ini berarti variabel Ukuran Dewan Komisaris (UDKOM) tidak signifikan pada level 5% sehingga penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel Ukuran Dewan Komisaris tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pengungkapan SR perusahaan.

Trisnawati (2014) meneliti tentang Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Ukuran Dewan Komisaris dan Kepemilikan Manajerial terhadap

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan perbankan di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2011. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel ukuran dewan komisaris (KOM) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai t hitung sebesar -1,469 dan nilai signifikansi 0,151.

Rahindayati *et al.* (2015) meneliti tentang Pengaruh Diversitas Pengurus pada Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sektor Keuangan. Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *gender diversity* berpengaruh positif pada luas pengungkapan CSR. Hasil temuan empiris ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki keterwakilan wanita dalam jajaran dewan komisaris dan direksi dengan persentase tertentu melakukan pengungkapan informasi CSR yang lebih luas dengan t hitung sebesar 2,204 pada tingkat signifikansi 0,029.

Margaretha dan Isnaini (2014) meneliti tentang *Board Diversity and Gender Composition on Corporate Social Responsibility and Firm Reputation in Indonesia*. Sampel diambil dari perusahaan penerima penghargaan *Indonesia's Best Wealth Creator Award* versi Majalah SWA Indonesia 2010–2012 dengan teknik *purposive sampling* pada 73 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman direksi (dewan) tidak ada dampaknya pada kinerja CSR dalam dimensi ROA, ROE, dan % TSR, sehingga hasilnya tidak konsisten dengan hipotesis 2 (H2).

Penelitian Anggraeni dan Djakman (2017) diatas, juga meneliti tentang pengaruh feminisme dewan terhadap pengungkapan CSR. Analisis penelitian ini juga menggunakan metode analisis regresi moderasi dengan *unbalanced panel data* pada 114 perusahaan yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa feminisme dalam direksi tidak ada pengaruh dengan kualitas pengungkapan CSR berdasarkan uji t dalam model 1, Variabel GD_DIR tidak terbukti berpengaruh terhadap QCSR karena nilai probabilitasnya lebih besar dari α ($0,187 > \alpha$).

B. Tinjauan Pustaka

1. Teori *Stakeholder*

Stakeholder adalah sekumpulan orang atau individu yang memiliki kepentingan finansial maupun kepentingan yang lainnya di dalam suatu organisasi atau perusahaan dan ikut terpengaruh terhadap apa yang diakibatkan oleh perusahaan baik positif maupun negatif (Wibisono dan Yusuf, 2007). *Stakeholder* terdiri dari pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain.

Seiring dengan berjalannya waktu, hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* akan mengalami perubahan yang dinamis. Manfaat yang diterima perusahaan dalam beroperasi juga harus dapat dirasakan oleh *stakeholder*. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan. Teori

stakeholder muncul dikarenakan perusahaan menyadari bahwa perusahaan memiliki *stakeholder* yang sangat penting terhadap perusahaan.

2. Teori Legitimasi

Perkembangan perusahaan ke depannya dapat dipengaruhi oleh legitimasi masyarakat. Bagi seorang pemimpin, legitimasi sangatlah penting dan dapat menjadi perkara besar untuk meneruskan kepemimpinannya. Menurut Suchman (1995), legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial.

Menurut Chariri (2008), teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Legitimasi diperlukan perusahaan untuk dapat menjalankan usahanya. Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa untuk bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan harus mengupayakan legitimasi atau pengakuan baik dari investor, kreditor, konsumen, pemerintah maupun masyarakat sekitar.

Guthrie dan Parker (1989) menyatakan jika perusahaan merasa legitimasinya dipertanyakan maka dapat mengambil beberapa strategi perlawanan, yaitu: 1) Perusahaan dapat berupaya untuk mendidik dan menginformasikan kepada *stakeholder*-nya mengenai perubahan yang terjadi dalam perusahaan. 2) Perusahaan dapat berupaya untuk merubah pandangan *stakeholder* tanpa mengganti perilaku

perusahaan. 3) Perusahaan dapat berupaya untuk memanipulasi persepsi *stakeholder* dengan cara membelokkan perhatian *stakeholder* dari isu yang menjadi perhatian kepada isu lain yang berkaitan dan menarik. 4) perusahaan dapat berupaya untuk mengganti dan mempengaruhi harapan pihak eksternal tentang kinerja perusahaan.

3. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Guidance on Social Responsibility mendefinisikan CSR. Menurut ISO 26000 (draft 3, 2007), CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang diterapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Dari beragam definisi mengenai CSR diatas, dapat disimpulkan bahwa CSR adalah perusahaan berkewajiban untuk peraturan pemerintah yang terdapat telah

dijelaskan dalam undang-undang dan tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar, melainkan memberikan manfaat dan dampak yang positif. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi *CSD* berdasarkan indikator *GRI* (*Global Reporting Initiative*) (Putri, 2013). Indikator-indikator tersebut meliputi:

- a. Bagian ekonomi, terdiri dari 1 dimensi, 3 aspek, dan 9 indikator.
- b. Bagian lingkungan, terdiri dari 1 dimensi, 9 aspek, dan 34 indikator.
- c. Bagian sosial, terdiri dari 4 dimensi, 22 aspek, dan 48 indikator.

4. Teori *Resource-Based*

Resource-Based Theory (RBT) adalah suatu pemikiran yang berkembang dalam teori manajemen strategik dan keunggulan kompetitif perusahaan yang menyakini bahwa perusahaan akan mencapai keunggulan apabila memiliki sumber daya yang unggul (Solikhah *et al.*, 2010). Dalam teori *resource-based*, memperlihatkan bagaimana kemampuan perusahaan bersaing dalam mengembangkan sumberdayanya sehingga dapat mempertahankan perusahaannya dalam jangka panjang. Menurut Bourgeois (1981), hadirnya *slack resources* akan menentukan kebijakan yang akan ditetapkan oleh perusahaan karena esensi dari sumber tersebut. *Slack* adalah penahan (*cushion*) dalam bentuk sumber daya aktual maupun potensial yang memungkinkan sebuah organisasi beradaptasi secara sukses dari tekanan internal untuk melakukan penyesuaian atau dari tekanan eksternal untuk melakukan perubahan kebijakan, dan juga untuk menginisiasi perubahan strategi menghadapi lingkungan eksternal Bourgeois (1981).

5. *Slack Resources*

Slack adalah kumpulan sumber daya organisasi yang melebihi minimum yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat *output* organisasi tertentu. *Slack* digunakan untuk menggambarkan sumber daya yang berpotensi dimanfaatkan yang dapat dialihkan atau digunakan kembali untuk pencapaian tujuan organisasi (George, 2005). Kontrol internal dan mengadakan pendanaan dapat lebih luas jika ada *slack* dalam suatu perusahaan dikarenakan *slack* dapat diarahkan ke proyek-proyek dengan hasil yang tidak pasti, dan mendorong suatu perusahaan untuk berinovasi.

Kelebihan sumber daya memungkinkan investasi dalam mengembangkan kemampuan untuk mengatasi kewajiban-kewajiban baru dalam memulai, dengan demikian perusahaan dapat bertahan hidup (Hannan, 1998). *Slack Resources* memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan pandangan kompetitif yang lebih kompleks, sehingga berdampak pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki kelebihan sumber daya memberikan kebebasan untuk memutuskan tindakan.

Slack resources dapat memberikan bantalan yang memungkinkan organisasi untuk menyesuaikan dengan sukses terhadap tekanan internal serta untuk memulai strategi berhubungan dengan lingkungan eksternal (Oviatt, 1988). Bourgeois (1981) mendefinikan *slack resources* sebagai sumber lebih yang dapat digunakan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi tekanan internal dan eksternal. Perusahaan dengan sumber daya yang lebih besar cenderung memiliki tingkat kebebasan yang lebih besar dalam menanggapi strategi pesaing, sehingga mempengaruhi kinerja.

Slack resources dapat diukur dengan kebijakan perusahaan yang ada. Terdapat dua kebijakan dalam *slack resources*, yaitu *low-discretionary slack* dan *high-discretionary slack*. Kelonggaran sumber daya yang dapat diserap oleh perusahaan termasuk dalam *low-discretionary slack*, contohnya: hutang, aktiva tetap, dan kelebihan kapasitas, sedangkan kelonggaran sumber daya yang tidak diserap termasuk *high-discretionary slack*, contohnya: uang tunai dan piutang (George, 2005).

6. *Good Corporate Governance*

Adanya keterbatasan dari teori keagenan (*agency theory*) dalam mengatasi masalahnya menyebabkan timbul konsep *corporate governance*. Menurut Supriyatno (2006), *The Indonesian Institute for Corporate Governance*, mendefinisikan bahwa *Good Corporate Governance* sebagai proses dan struktur yang diterapkan dalam menjalankan perusahaan dengan tujuan utama meningkatkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholders* yang lain. *Good Corporate Governance* memiliki 4 prinsip, yaitu akuntabilitas (*accountability*), keterbukaan (*transparency*), kewajaran (*fairness*), dan tanggung jawab (*responsibility*).

Prinsip GCG di Indonesia diterapkan setelah Indonesia menandatangani *Letter of Intent* (LOI) dengan IMF, yang didalamnya berhubungan dengan pencantuman jadwal perbaikan pengelolaan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Agoes (2009) menyatakan bahwa GCG adalah sebagai suatu sistem yang mengatur hubungan

peran Dewan Komisaris peran Direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola perusahaan yang baik, yaitu sebagai proses yang transparan atas penentuan tujuan perusahaan, pencapaiannya, dan penilaian kinerjanya.

Untuk menyakinkan bahwa manajer bekerja sungguh-sungguh untuk kepentingan pemegang saham, pemegang saham harus mengeluarkan biaya yang disebut *agency cost* meliputi pengeluaran untuk memonitor kegiatan manajer, pengeluaran untuk membuat suatu struktur organisasi yang meminimalkan tindakan-tindakan manajer yang tidak diinginkan, serta *opportunity cost* yang timbul akibat kondisi manajer tidak dapat segera mengambil keputusan tanpa persetujuan pemegang saham (Atmadja, 2008).

7. Dewan Komisaris

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 1, definisi dewan komisaris (dewan pengawas) adalah organ perusahaan yang menjalankan tugas pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar yang telah ditetapkan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi.

Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan

terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya (Sembiring, 2005).

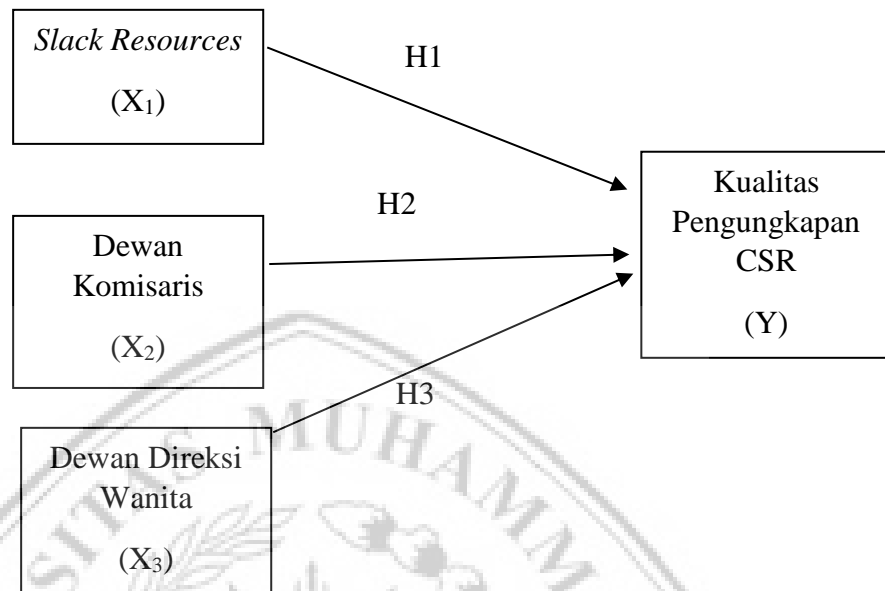
Anggota dewan komisaris diangkat maupun diberhentikan berdasarkan persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Kehadiran dewan komisaris dapat dikatakan penting pada RUPS. Dewan komisaris akan bertugas menentukan arah strategis perusahaan serta mengawasi kebijakan yang akan diambil oleh dewan direksi.

8. Teori *Feminist Ethical*

Secara garis besar, feminisme telah ada dan berkembang sekitar abad 18 di era *enlightment* atau zaman pencerahan yang menjadi titik terang kebangkitan dan kemajuan secara global. Perbedaan dalam hasil *gender* di direksi memiliki *human capital* yang unik (Terjesen *et al.*, 2009). Jika *human capital* direksi perusahaan dipengaruhi oleh *gender*, masuk akal untuk berhipotesis bahwa *human capital* etnis minoritas akan relatif unik untuk keduanya pria dan wanita.

Fenomena *glass ceiling* menjadi salah satu alasan yang melatarbelakangi munculnya isi diversifikasi *gender* (Zhang, 2012). Fenomena ini mengatakan bahwa terdapat hambatan bagi kelompok minoritas (wanita) untuk mencapai *top level management* pada suatu struktur organisasi meskipun berdasarkan kemampuan mereka telah memenuhi kriteria.

C. Kerangka Pemikiran



D. Pengembangan Hipotesis

Dalam teori *resource-based*, memperlihatkan bagaimana kemampuan perusahaan bersaing dalam mengembangkan sumberdayanya sehingga dapat mempertahankan perusahaannya dalam jangka panjang. Anggraeni dan Djakman (2017) membuktikan bahwa *slack resources* berpengaruh signifikan positif terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi sebesar 10% ($0,062 < 10\%$), artinya kenaikan 1% *slack resources* atau nilai kas dan setara kas perusahaan akan meningkatkan kualitas pengungkapan CSR sebesar 0,008. Berdasarkan hasil

tersebut, dapat dikatakan bahwa kualitas penungkapan CSR akan semakin tinggi ketika jumlah kas dan setara kas yang dimiliki perusahaan juga naik.

H₁ : *Slack Reources* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengungkapan CSR.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) pasal 1, definisi dewan komisaris (dewan pengawas) adalah organ perusahaan yang menjalankan tugas pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar yang telah ditetapkan perusahaan serta memberikan nasihat kepada direksi. Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya (Sembiring, 2005).

Teori legitimasi dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Teori tersebut mempengaruhi bagaimana kebijakan suatu perusahaan dengan kontrak sosial kepada *stakeholder* agar mendapatkan kepercayaan dan berjalan dengan baik.

Yusuf *et al.* (2017) membuktikan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penambahan 1 orang anggota dewan komisaris dapat meningkatkan efektivitas pengambilan

keputusan, waktu yang digunakan dalam pengambilan keputusan dapat lebih efisien dan keputusan yang diambil memiliki kualitas yang lebih baik.

H₂ : Dewan komisaris berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan CSR.

Fenomena *glass ceiling* menjadi salah satu alasan yang melatarbelakangi munculnya isi diversifikasi *gender* (Zhang, 2012). Fenomena ini mengatakan bahwa terdapat hambatan bagi kelompok minoritas (wanita) untuk mencapai *top level management* pada suatu struktur organisasi meskipun berdasarkan kemampuan mereka telah memenuhi kriteria.

Rahindayati *et al.* (2015) membuktikan bahwa *gender diversity* berpengaruh positif pada luas pengungkapan CSR. Hasil temuan empiris ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki keterwakilan wanita dalam jajaran dewan komisaris dan direksi dengan persentase tertentu melakukan pengungkapan informasi CSR yang lebih luas.

H₃ : Dewan direksi wanita berpengaruh terhadap kualitas pengungkapan CSR